



Burg
GROUP

*Your specialist in natural
vinegar and syrups*

CSR-Bericht 2022

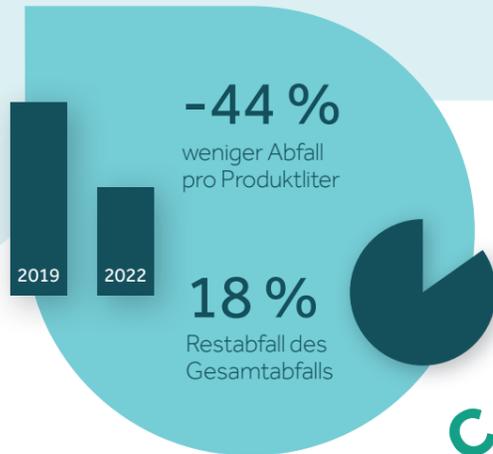
75 Jahre Engagement
für Nachhaltigkeit



Endgültige
Fassung
April 2023

1 / Höhepunkte des Jahres 2022

Kreislaufwirtschaft



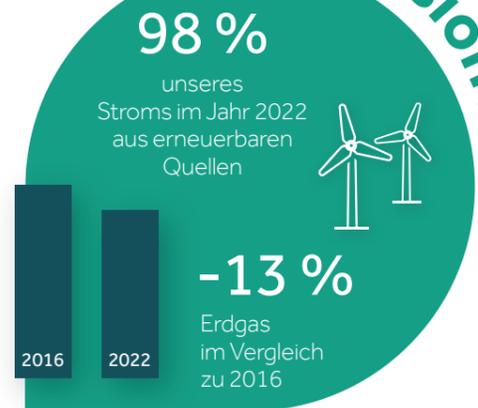
Mitarbeiter



Produkte



CO₂-Emissionen



Commercial



>375 Mio.
Liter Essig + Sirup produziert

> 120 Mio. €
Umsatz im Jahr 2022



Verpackungen

Inhalt

1 /	Höhepunkte des Jahres 2022	2
2 /	CEO & Nachhaltigkeitsbeauftragte: Maßnahmen in einem turbulenten Jahr	4
3 /	Über die Burg Group	6
4 /	Unsere Produkte und Anwendungen	7
5 /	Unsere Strategie und Governance	9
6 /	Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	11
7 /	100 % Kreislaufwirtschaft	14
8 /	100 % CO ₂ -Neutralität	16
9 /	100 % verantwortungsvolle Produkte	18
10 /	100 % verantwortungsvolle Verpackungen	20
11 /	Unsere Partner	22
12 /	Risikomanagement und Reporting	23

In diesem zweiten öffentlichen Nachhaltigkeitsbericht stellt die Burg Group ihre Ziele und Ergebnisse im Bereich Nachhaltigkeit vor und gibt einen Ausblick auf kommende Aktivitäten. Wir laden euch herzlich ein, diesen Bericht zu lesen und euch mit uns in Verbindung zu setzen, wenn ihr Fragen, Gedanken oder Ideen habt. Bitte schickt uns eine E-Mail an: info@burggroup.eu.

2 / CEO & Nachhaltigkeitsbeauftragte: Maßnahmen in einem turbulenten Jahr

Wir freuen uns, euch diesen zweiten Nachhaltigkeitsbericht der Burg Group vorlegen zu dürfen. Das Jahr 2022 war ein Jahr mit Höhen und Tiefen. In diesem Jahr haben wir das 75-jährige Bestehen unseres Unternehmens gefeiert – ein Meilenstein, auf den wir stolz sein können, und ein guter Zeitpunkt, um über unseren Wachstumsweg nachzudenken. Das Jahr markiert auch unsere Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien für alle unsere Fabriken. Wir waren jedoch auch mit schwierigen Entwicklungen konfrontiert: dem Krieg in der Ukraine, der Inflation, den hohen Energiepreisen und den Lieferkettenunterbrechungen. Dank unserer starken Strategie sowie engagierter Kolleginnen und Kollegen und Partner sind wir auf unserem Weg dennoch vorangekommen, wie ihr diesem Bericht entnehmen könnt. Es war definitiv ein denkwürdiges Jahr!



Warum wird Nachhaltigkeit für die Burg Group immer wichtiger?

Patricia: Im Jahr 2022 haben wir das 75-jährige Bestehen unseres Familienunternehmens gefeiert. Mein Schwiegervater hat das Unternehmen 1947 in Alkmaar gegründet, und in den vergangenen 75 Jahren sind wir in Bezug auf das Produktionsvolumen von Essig und Sirup, die Mitarbeiteranzahl und die Professionalität unseres Unternehmens gewachsen. Dieses Wachstum bedeutet auch eine größere Verantwortung, da unsere Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zugenommen haben. Daher ist unsere Nachhaltigkeitsstrategie der Schlüssel zu unserer Arbeitsweise und in alle unsere Prozesse eingebettet.

Andrea: Unsere Vision ist, dass die Welt mit dem natürlichen Essig und Sirup von Burg gesünder, schmackhafter und sauberer wird. Die vier Säulen unserer Nachhaltigkeitspolitik sind dabei wichtige Triebkräfte: 100 % Kreislaufwirtschaft, 100 % CO₂-Neutralität, 100 % verantwortungsvolle Produkte und 100 % verantwortungsvolle Verpackungen.

Im vergangenen Jahr hat die Burg Group Maßnahmen ergriffen, um das Thema Nachhaltigkeit noch stärker im gesamten Unternehmen zu verankern. Wie habt ihr das gemacht?

Patricia: Im vergangenen Jahr haben wir mehr Nachhaltigkeitsziele in die verschiedenen Abteilungsziele integriert und Geschäftsrisiken, die sich aus dem Klimawandel und anderen nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen ergeben, bewertet. Dies hat zu einer stärkeren Beachtung und Integration unserer Nachhaltigkeitsziele geführt. Das vergangene Jahr war jedoch auch von starken Preissteigerungen aufgrund von COVID-19, dem Krieg in der Ukraine und unterbrochenen Lieferketten geprägt. Die Preise für unsere Zutaten, Energie und Baumaterialien stiegen, was sich auf unseren Investitionsplan auswirkte, einschließlich unserer Investitionen in erneuerbare Energien und nachhaltige Verpackungen.

Im Jahr 2022 wurde den Themen Kreislaufwirtschaft und Energie viel Aufmerksamkeit geschenkt. Welche Ergebnisse wurden im vergangenen Jahr bei diesen Themen erzielt?

Andrea: Wir sind stolz darauf, dass es uns trotz der schwierigen Marktbedingungen gelungen ist, auf

unserem Weg zu einem nachhaltigen Marktführer im Jahr 2035 großartige Ergebnisse zu erzielen. Unsere Kolleginnen und Kollegen in den verschiedenen Fabriken haben hart daran gearbeitet, unsere Abfallströme zu reduzieren und eine bessere Verwertung der verbleibenden Abfälle zu gewährleisten. Dies hat zu einer erheblichen Verringerung der Abfallmenge geführt: Im Vergleich zu 2019 haben wir die Abfallmenge pro Liter produziertem Produkt fast halbiert. Ab April haben wir für alle unsere Fabriken 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen gekauft und in energieeffizientere Anlagen in unseren Fabriken investiert.

Wie hat die Burg Group mit ihren Produkten und Verpackungen eine positive Wirkung erzielt?

Patricia: Für uns bedeuten verantwortungsvolle Produkte, dass sie gute Inhaltsstoffe enthalten und dem Verbraucher einen Mehrwert bieten. Wir arbeiten stets eng mit unseren Lieferanten zusammen, um qualitativ hochwertige Zutaten zu einem fairen Preis zu gewährleisten. Unter den schwierigen Marktbedingungen des vergangenen Jahres haben wir den Vorteil langfristiger Beziehungen zu unseren Lieferanten erkannt. Es hat auch geholfen, dass wir rund 80 Prozent unserer Zutaten aus Europa beziehen. Allerdings mussten wir unsere Preise gegenüber den Kunden erhöhen, was es uns erschwerte, noch teureres Recyclingmaterial für unsere Verpackungen zu verwenden. Aber wir haben es geschafft, weiter an unseren Zielen zu arbeiten, und sind bei immer mehr unserer Produkte von PET-Neuware auf recycelte PET-Verpackungen umgestiegen.

Was sind eure Pläne für das kommende Jahr?

Andrea: Im vergangenen Jahr mussten wir mehrere Projekte verschieben, aber Ende des Jahres haben wir beschlossen, verstärkt in nachhaltigere Anlagen in unseren Fabriken und bei unseren Lieferanten zu investieren. Dies wird sich in den kommenden Monaten und Jahren in unserem Stromverbrauch und der Verwendung von recyceltem PET und recyceltem HDPE für unsere Verpackungen bemerkbar machen.

Patricia: Unser Managementteam wird weiter darüber diskutieren, wie wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen beschleunigen können. So haben wir beispielsweise eine Wesentlichkeitsanalyse und eine Überprüfung der Nachhaltigkeitsstrategie geplant. Auf unserem Weg ist es wichtig, dass wir gemeinsam ausgewogene Schritte unternehmen. Gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen und Stakeholdern wollen wir der nächsten Generation ein sauberes Erbe hinterlassen.



Patricia Surendonk
CEO Burg Group



Andrea Bolhuis
Nachhaltigkeitsbeauftragte

3 / Über die Burg Group

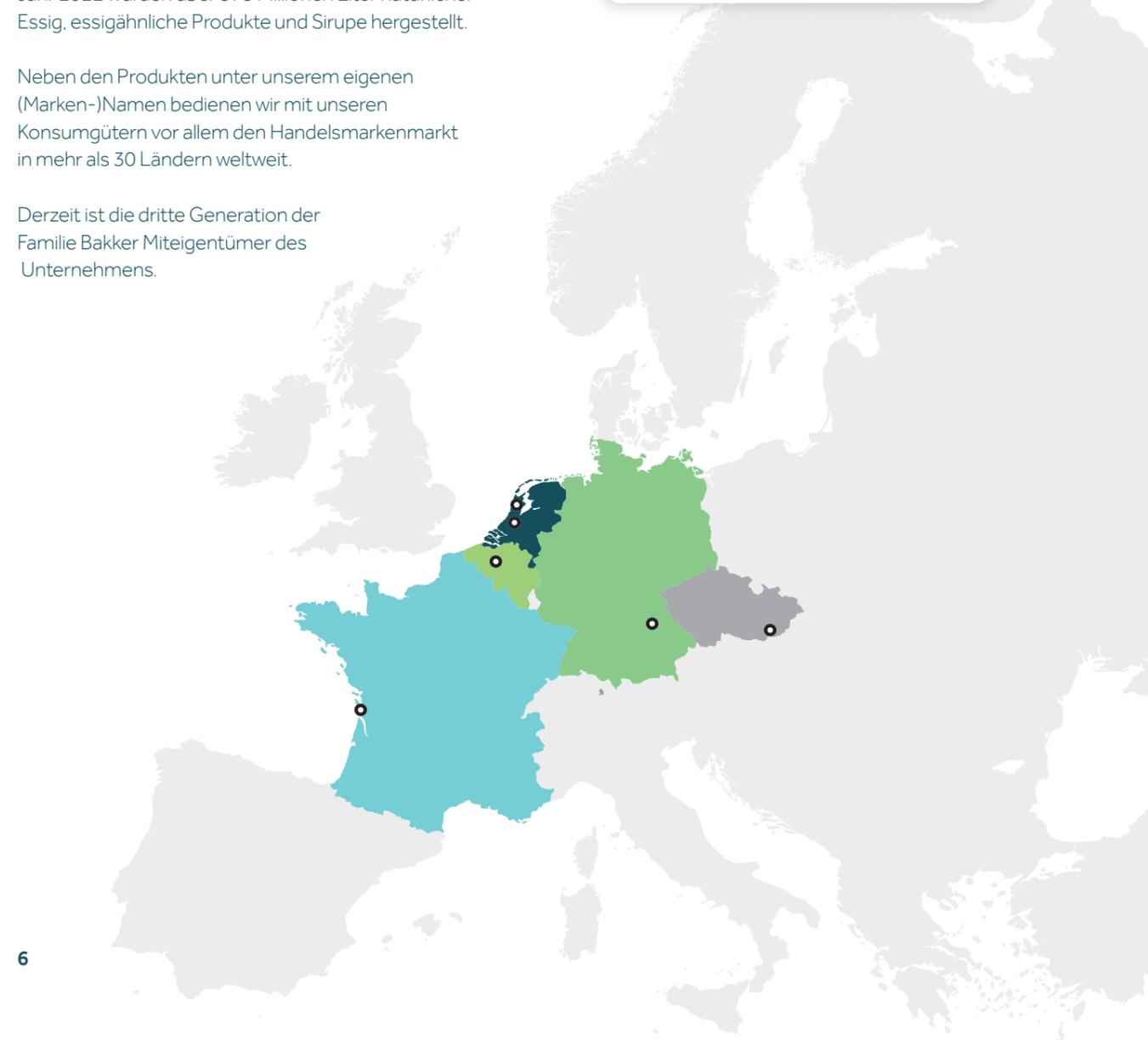
1947 kam ein neuer Akteur auf den Essigmarkt. In diesem Jahr erwarb Cees Bakker die Essigfabrik Groenland en Zn und änderte den Namen in De Burg. In den folgenden Jahrzehnten wuchs das Unternehmen sehr schnell, was zu den heutigen Produktionsstandorten führte:

- Burg Azijn (NL)
- Burg Siroop (NL)
- Burg Vinegar Belgium (BE)
- Burg Vinaigres France (FR)
- Burg Ocet (CZ)
- Burg Essig (DE)

An diesen sechs Standorten produziert die Burg Group Lebensmittelessig, Reinigungsessig und Fruchtsirup. Im Jahr 2022 wurden über 375 Millionen Liter natürlicher Essig, essigähnliche Produkte und Sirupe hergestellt.

Neben den Produkten unter unserem eigenen (Marken-)Namen bedienen wir mit unseren Konsumgütern vor allem den Handelsmarkenmarkt in mehr als 30 Ländern weltweit.

Derzeit ist die dritte Generation der Familie Bakker Miteigentümer des Unternehmens.



4 / Unsere Produkte und Anwendungen

Die Burg Group produziert in sechs Fabriken Fruchtsirupe, Lebensmittelessig und Reinigungsessig. Sowohl in der Sirup- als auch in der Essigliefkette tun wir unser Bestes, um verantwortungsvoll zu produzieren. Wir fordern alle unsere Lieferanten auf, unseren „Verhaltenskodex für Lieferanten“ zu befolgen, und arbeiten auf eine erhebliche Reduzierung der Scope-3-Emissionen bis 2035 hin. Unser Ziel ist es, bei unseren eigenen Emissionen (Scope 1 und 2) Co₂-neutral zu werden. Ein Schritt in diese Richtung ist, dass der gesamte von uns verbrauchte Strom bereits aus erneuerbaren Quellen stammt.

Sirup

Wir sind stolz auf unsere köstlichen Sirupe mit vielen überraschenden Geschmacksrichtungen, die Kinder und Erwachsene jeden Tag genießen. Die Burg Group zeichnet sich durch Sirupe aus, die biologisch und natürlich sind, weniger Kalorien haben und optimal schmecken.



Für unsere **Sirupe** verwenden wir > 200 Zutaten.

Unsere Zutaten stammen von Lieferanten aus der gesamten EU und darüber hinaus.

In unserer Fabrik in Ter Aar werden die Zutaten nach bestimmten Rezepten gemischt.

Unsere Sirupe werden in verschiedenen Materialien verpackt, darunter Metall Dosen, Glas und PET. Unser Ziel ist es, den Anteil an recyceltem Material zu erhöhen.

Unsere Sirupe werden größtenteils unter Handelsmarken verkauft.

35 % unserer Sirupe tragen ein Entsorgungslogo.

93 % unserer Verpackungen sind recycelbar.



Essig

Wir von der Burg Group glauben an die Kraft des natürlichen Essigs. Wir stellen unseren natürlichen Essig mit einem außergewöhnlich hohen Säuregehalt von 24 % her. Wir verkaufen unseren Essig in loser Schüttung an Lebensmittelhersteller und an den Einzelhandel als abgefüllten Essig. Unser Reinigungssessig und Biozid gegen Grünalgen sind im Einzelhandel und in Baumärkten erhältlich.

Unsere Fabrik in Heerhugowaard ist mit Sonnenkollektoren ausgestattet.



Der Hauptbestandteil von natürlichem (Branntwein-) **Essig** ist Ethanol aus Zucker, Getreide oder Mais.

Wir haben eine Lebenszyklusanalyse unseres Essigs durchgeführt, um festzustellen, wo die größten Umweltauswirkungen auftreten.

In unserer Brauerei werden dem Ethanol Säurebakterien zugesetzt. Zusammen mit Wasser und Luft vergären sie es zu Essig.

Wir verkaufen Lebensmitteleessig, Reinigungssessig und Essig in loser Schüttung.

81 % unserer Essigverpackungen sind recycelbar.

Ungefähr **97 %** des in allen unseren Essigfabriken hergestellten Essigs sind natürlicher Branntweinessig, 3 % sind synthetischer Essig.

Wir minimieren den Abfall in unseren Fabriken. Im Jahr 2025 streben wir **0 %** Restabfall an.



5 / Unsere Strategie und Governance

Unsere **Vision**, **Mission** und **BHAG**¹ bilden die Grundlage unseres Denkens und Handelns innerhalb der Burg Group. Die Vision der Burg Group ist eine gesündere, schmackhaftere und sauberere Welt. Wir wollen dies erreichen, indem wir mit natürlichem Essig und Sirup auf nachhaltige und faire Weise eine führende Rolle einnehmen. Außerdem bemühen wir uns um ein sauberes Erbe, indem wir mit unseren natürlichen Essigen und Sirupen in den von uns ausgewählten Märkten eine weltweit führende Rolle in Sachen Nachhaltigkeit und Fairness spielen.

Wir messen unsere Ergebnisse anhand der sechs strategischen Säulen unserer Balanced Score Card. Zusammen bilden sie das Strategiehaus, zu dem auch Nachhaltigkeit gehört.



Im Rahmen unserer Säule Nachhaltigkeit arbeiten wir an vier Untersäulen: Kreislaufwirtschaft, CO₂-Neutralität, verantwortungsvolle Produkte und verantwortungsvolle Verpackungen.

Diese Nachhaltigkeitspolitik wurde 2016 eingeführt. Im Jahr 2023 werden wir eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchführen, um festzustellen, ob unsere derzeitige Nachhaltigkeitsstrategie noch den richtigen Schwerpunkt hat.



100% Kreislaufwirtschaft



100% CO₂-Neutralität



100% verantwortungsvolle Produkte



100% verantwortungsvolle Verpackungen

¹Big Hairy Audacious Goal; das Ziel, das wir anstreben.

Nachhaltigkeitsmanagement in der Burg Group

Unser Ziel ist es, dass alle Abteilungen innerhalb der Burg Group an den relevanten Nachhaltigkeitsthemen arbeiten und die Ziele unserer übergeordneten Nachhaltigkeitspolitik erreichen. Diese Nachhaltigkeitsziele sind ein Faktor in der Bonuspolitik unserer Geschäftsführung und der lokalen Managementteams unserer Fabriken.

Lenkungsausschuss für Nachhaltigkeit

Unser Sustainability Steering Committee besteht aus dem Chief Executive Officer (CEO), dem Chief Operations Officer (COO), dem Chief Commercial Officer (CCO) und dem Chief Financial Officer (CFO). Der CFO wurde 2022 in den Lenkungsausschuss aufgenommen, da die Überwachung der Nachhaltigkeit und das Reporting immer wichtiger werden. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte leitet die Sitzungen des Lenkungsausschusses. Der Lenkungsausschuss tritt vierteljährlich zusammen, um die Fortschritte bei der Verwirklichung unserer Nachhaltigkeitsziele zu bewerten und den Kurs bei Bedarf anzupassen. Darüber hinaus gibt der Ausschuss Leitlinien für die strategische Ausrichtung vor und trifft endgültige Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit.

Taskforce Nachhaltigkeit

Der Taskforce Nachhaltigkeit gehören Fachleute aus verschiedenen Bereichen der Burg Group an, den Vorsitz hat die Nachhaltigkeitsbeauftragte. Ihre Mitglieder leiten Projekte, arbeiten auf unsere Nachhaltigkeitsziele hin und legen Inhalte fest. Die Taskforce Nachhaltigkeit kommt alle drei Wochen zusammen.

Nachhaltigkeitsbotschafter

Jeder Burg-Standort verfügt über einen Nachhaltigkeitsbotschafter, der die Nachhaltigkeitsstrategie am lokalen Standort vermittelt und die Nachhaltigkeitsbeauftragte der Gruppe über wichtige lokale Nachhaltigkeitsthemen informiert. Die Botschafter helfen auch bei der Organisation lokaler Veranstaltungen und informieren über unsere Nachhaltigkeitsergebnisse.

Nachhaltigkeit als kollektive Anstrengung

In der ersten Jahreshälfte 2022 wurde eine MSc-Studentin eingestellt, um unser Nachhaltigkeitsmanagement zu überprüfen. Sie überprüfte die Effektivität und nannte Verbesserungspunkte für den Lenkungsausschuss für Nachhaltigkeit, die Taskforce, die Botschafter sowie die Nachhaltigkeitsbeauftragte. Dadurch konnten die Rollen und Zuständigkeiten besser geklärt werden. Eine der Schlussfolgerungen war, dass es uns in den vergangenen Jahren gelungen ist, innerhalb der Burg Group ein Bewusstsein sowie Begeisterung für unsere Nachhaltigkeitsziele zu schaffen. In einem nächsten Schritt kamen wir überein, dass wir uns stärker darauf konzentrieren müssen, die hochgesteckten Ziele in konkrete Schritte umzusetzen, die in unsere regulären Geschäftsprozesse integriert werden. Daraufhin hat die Taskforce Nachhaltigkeit einen Überblick über alle Nachhaltigkeitsziele erstellt und die Verantwortlichen für jedes Ziel ermittelt. Diese Verantwortlichen wurden gebeten, Roadmaps zu erstellen, um konkrete Maßnahmen mit festgelegten und vereinbarten Meilensteinen zu gewährleisten. Dies trug dazu bei, ein Verständnis für die Zuständigkeiten zu schaffen und hochgesteckte Ziele in umsetzbare Pläne zu übersetzen.



6 / Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Rund 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen zu einem professionellen Unternehmen mit freundlicher Atmosphäre bei. Obwohl wir international tätig sind, hat die Burg Group kurze Wege und eine offene Kommunikation. Wir sind sozial und innovativ.

Unsere Ziele sind:

- Unternehmensvalidierung: jährliche Validierung pro Abteilung
- Teamentwicklung: Teamleistung auf dem gewünschten/angegebenen Niveau
- Entwicklung: Persönlicher Entwicklungsplan (PEP) wird für jeden Mitarbeiter festgelegt
- Kultur und Führung: Die Kultur unterstützt die Unternehmensziele
- Employee Journey: Die Burg Group ist als attraktiver Arbeitgeber bekannt.



„Meine Arbeit als Spezialistin für Gesundheit, Sicherheit und Umwelt ist sehr vielfältig: Sie reicht von Ökologie über Brandschutz bis hin zu Nachhaltigkeit. In meiner Funktion kann ich sowohl in den Produktionsbereichen als auch im Büro arbeiten, was eine großartige Kombination ist, die mir die vielen Facetten von Burg Ocet aufzeigt. Wir sind ein modernes und fortschrittliches Unternehmen. Dies zeigt sich zum Beispiel in unseren Bemühungen um Nachhaltigkeit und in den Investitionen, die wir in die Ausstattung unserer Fabriken getätigt haben. Es gibt viele Möglichkeiten für mich, zu wachsen und zu lernen. In diesem Jahr habe ich mich in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Nachhaltigkeit weitergebildet. Neben den vielen Möglichkeiten, an der persönlichen Entwicklung zu arbeiten, wird auch viel Wert auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter gelegt. Die Zugehörigkeit zu einem internationalen Unternehmen ermöglicht es mir, zu reisen und auch von anderen Produktionsstandorten zu lernen. Immer wenn ich unsere Kolleginnen und Kollegen in Deutschland besuche, ist es schön, die Fabrik dort zu sehen und neue Ideen zu erhalten. Es ist wichtig, dass wir mit unseren internationalen Kolleginnen und Kollegen in Kontakt bleiben und voneinander lernen. Ich freue mich, dass ich zu einem sichereren und nachhaltigeren Produktionsstandort beitragen kann und gleichzeitig freundliche Kolleginnen und Kollegen habe, die mich in meinem Wachstum unterstützen.“

Markéta Buriánková
Spezialistin für Gesundheit,
Sicherheit und Umwelt
Burg Ocet

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

	Burg Group	Burg Azijn (NL)	Burg Siroop (NL)	Burg Vinegar Belgium (BE)	Burg Vinaigres France (FR)	Burg Ocet (CZ)	Burg Essig (DE)
Anzahl VZÄ (Durchschnitt) ²	50	42	41	19	52	54	19

² Die Berechnung basiert auf allen fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, berechnet auf Vollzeitbasis. Die Zahl basiert auf der durchschnittlichen VZÄ-Anzahl des Jahres.

Diversität und Inklusion

	2020	2021	2022
Zusammensetzung des Managementteams, nach Geschlecht	25 % weiblich, 75 % männlich	25 % weiblich, 75 % männlich	25 % weiblich, 75 % männlich
Zusammensetzung des Aufsichtsrates, nach Geschlecht	0 % weiblich, 100 % männlich	0 % weiblich, 100 % männlich	0 % weiblich, 100 % männlich
Zusammensetzung der Geschäftsführung, nach Geschlecht	17 % weiblich, 83 % männlich	17 % weiblich, 83 % männlich	14 % weiblich, 86 % männlich
Zusammensetzung der Geschäftsführung, nach Alter	4 %: 20-35 59 %: 36-50 37 %: >50	5 %: 20-35 51 %: 36-50 44 %: >50	5%: 20-35 57%: 36-50 38%: >50
Anzahl der Meldungen im Zusammenhang mit Diskriminierung / unerwünschtem Verhalten	4	1	0

Unser Managementteam (CEO, COO, CCO, CFO) und der Aufsichtsrat haben sich in den vergangenen Jahren in ihrer Zusammensetzung nicht verändert. Unsere Geschäftsführung hat sich aufgrund der normalen Personalfuktuation leicht verändert. Bei unseren Einstellungen konzentrieren wir uns auf neue Kolleginnen und Kollegen, die das Wachstum und die zunehmende Professionalität unseres Unternehmens unterstützen. Vor allem auf dem derzeit angespannten Arbeitsmarkt konnten wir uns nicht so sehr darauf konzentrieren, eine vielfältige Belegschaft zu gewinnen, wie wir es ursprünglich vorhatten. Wir haben jedoch unseren Stellenangebotstext geändert, um insbesondere Bewerberinnen besser anzusprechen. Im vergangenen Jahr gab es in den Niederlanden eine gesellschaftliche Debatte um eine (un)sichere Arbeitskultur. Seit einigen Jahren haben wir eine externe Beratungsstelle, bei der unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sensible Themen ansprechen können. Im Jahr 2022 legten wir besonderes Augenmerk auf eine sichere Arbeitskultur und erinnerten unsere Kolleginnen und Kollegen an unsere externe Beratungsstelle sowie die verschiedenen Möglichkeiten, unerwünschte Situationen zu melden. Unserer externen Beratungsstelle wurden im vergangenen Jahr keine Diskriminierungsfälle oder unerwünschtes Verhalten gemeldet.

Mitarbeiterzufriedenheit

	2020	2021	2022
Prozentuale Beteiligung	83,9 %	81,0 %	76,5 %
Durchschnittliche Mitarbeiterzufriedenheit auf einer Skala von 1 bis 10	7,6	7,6	7,7
Net Promotor Score (NPS-Wert)	+36,7 %	+38,2 %	+39,5 %

Unser Gesamtwert für die Mitarbeiterzufriedenheit ist 2022 leicht gestiegen. Im Allgemeinen haben wir die Rückmeldung erhalten, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die strategische Ausrichtung der Burg Group schätzen. Es gibt durchaus Unterschiede zwischen den einzelnen Fabriken. Zum Beispiel verlangen große Renovierungsarbeiten in unseren Fabriken zusätzliche Aufgaben und Flexibilität von unseren Kolleginnen und Kollegen, was manchmal eine Herausforderung sein kann und daher zu einer etwas niedrigeren Zufriedenheitsbewertung führt. Wir überwachen dies genau, um sicherzustellen, dass unsere Kolleginnen und Kollegen gerne für die Burg Group arbeiten. Die Ergebnisse unserer Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit werden in allen Teams besprochen, um sie besser zu verstehen und Folgemaßnahmen zu beschließen.

Unsere Sicherheitssituation

Unsere Ziele sind:

- Mehr Sicherheitsbewusstsein
- Bessere Sicherheitsindexbewertung

	2020	2021	2022
Sicherheitsbewusstsein: Anzahl der registrierten unsicheren Situationen (in den Bereichen Sicherheit und Umwelt)	388	734	983
Sicherheitsindex (Anzahl der Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden)	1,7	1,7	1,6

Die Verhütung von Unfällen und Krankheiten im Zusammenhang mit unseren Tätigkeiten und Produkten hat für uns Priorität. Im Jahr 2020 haben wir ein Sicherheitsprogramm gestartet und im Jahr 2021 ein neues Berichtssystem eingeführt. Wir ermutigten alle Kolleginnen und Kollegen, jede unsichere Situation zu melden, um das Sicherheitsbewusstsein zu erhöhen. Dies hat zu einem starken Anstieg der Zahl der registrierten und gelösten unsicheren Situationen geführt. Gemeldet werden Situationen, die eine Stolpergefahr darstellen oder bei denen die gelagerten Gegenstände nicht gesichert sind. Wir freuen uns, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besser in der Lage sind, unsichere Situationen zu erkennen, und sie melden, damit Folgemaßnahmen ergriffen werden können. Wir haben auch unsere Unfälle mit Ausfallzeiten (Lost Time Accidents, LTAs) analysiert. Es zeigte sich, dass die meisten LTAs bei neuen Kolleginnen und Kollegen auftraten. Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse haben wir unsere Einführungsschulung für neue Kolleginnen und Kollegen verbessert. Im Jahr 2022 haben wir unser 5S³-Programm gestartet, das sich auf die bessere Kennzeichnung, Markierung, Reinigung und Standardisierung von Objekten in unseren Fabriken konzentriert. Dies verbessert sowohl die Effizienz als auch die Sicherheit, da Bereiche und Objekte deutlicher gekennzeichnet sind und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besser wissen, wo sie etwas finden und aufbewahren können.



³ 5S steht für sortieren, systematisieren, saubermachen, standardisieren, Selbstdisziplin üben und ständig verbessern.

7 / 100 % Kreislaufwirtschaft

Wir wollen Teil der Kreislaufwirtschaft sein, indem wir 100 % erneuerbare Rohstoffe für unsere Produkte und Verpackungen verwenden und in unseren Fabriken nichts verschwenden.

Unsere Ziele sind:

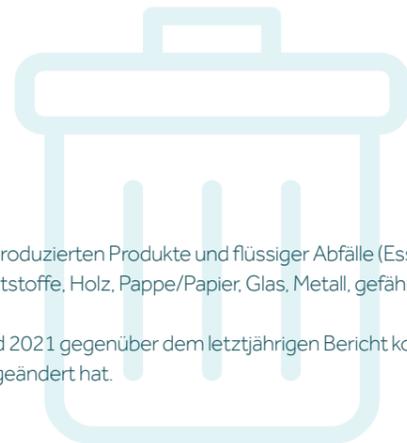
- 0 % Restabfall im Jahr 2025
- 30 % weniger Abfall im Jahr 2035 (im Vergleich zum Basisjahr 2019)

Unsere Abfälle

	Ziel	2020	2021	2022
Prozentualer Anteil des Restabfalls im Vergleich zum Gesamtabfall ⁴	0 % im Jahr 2025	25 %	25 %	18 %
Gesamtabfallreduzierung im Vergleich zum Basisjahr 2019 (gemessen in Abfall pro Liter des hergestellten Produkts) ⁵	-30 % im Jahr 2035	-17 %	-36 %	-44 %

Der Anteil des Restabfalls wurde im vergangenen Jahr deutlich reduziert. In den meisten unserer Fabriken haben wir Arbeitsgruppen mit Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Abteilungen ins Leben gerufen, die die Abfallströme analysieren und Projekte zur Reduzierung dieser Ströme initiieren. Es wurde festgestellt, dass nicht immer genügend Abfallbehälter in fußläufiger Entfernung vorhanden sind, um den Abfall korrekt zu trennen. Es ist uns auch gelungen, neue Abfallverwertungsunternehmen zu finden oder mit unseren derzeitigen Partnern zusammenzuarbeiten, um Materialien zu recyceln, die zuvor Teil unseres Restmüllstroms waren, wie PP-Bänder in den Niederlanden und Pergaminpapier in Frankreich. Da wir dieses Programm weiter ausbauen, erwarten wir, dass wir auch im nächsten Jahr Fortschritte erzielen werden. Wir haben eine weitere Analyse unseres Restmüllstroms geplant und unsere Abfallsammelgebiete für mehrere unserer Fabriken neu organisiert.

Außerdem haben wir unser Gesamtabfallaufkommen erheblich reduziert. Bereits 2021 haben wir unser Ziel für 2035 erreicht, unseren Abfall pro Liter Produkt um 30 % zu reduzieren. Wir werden uns jedoch weiterhin bemühen, unseren Abfall weiter zu verringern, da wir der Meinung sind, dass dies unsere Kolleginnen und Kollegen dazu anregt, das Richtige zu tun. Wir haben auch Gespräche mit unseren Lieferanten darüber aufgenommen, wie wir das Verpackungsmaterial, das wir von ihnen erhalten, reduzieren können. Die von uns kontaktierten Lieferanten haben uns mitgeteilt, dass die Reduzierung von Verpackungen für sie nicht an erster Stelle steht, sodass eine mögliche Verringerung zunächst weiter analysiert werden muss. Da wir jedoch weiterhin unsere Abfallströme analysieren, gehen wir davon aus, dass eine weitere Reduzierung in den kommenden Jahren möglich sein wird. Im Rahmen der Überprüfung unserer Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2023 wollen wir prüfen, ob wir dieses Ziel noch ehrgeiziger gestalten können.



⁴ Wir definieren Abfall als alles, was unser Werk verlässt, mit Ausnahme unserer produzierten Produkte und flüssiger Abfälle (Essig und Sirup, die nicht verkauft werden können). Dazu gehören Folie, PET, andere Kunststoffe, Holz, Pappe/Papier, Glas, Metall, gefährliche Abfälle, an andere verkaufte Geräte und Restabfall.

⁵ Bitte beachtet, dass wir die Daten zur Abfallreduzierung in den Jahren 2020 und 2021 gegenüber dem letztjährigen Bericht korrigieren mussten, da sich die Berechnungsmethode für die von uns produzierten Liter geändert hat.

„Mit einer Projektgruppe haben wir ein ehrgeiziges Projekt zur Minimierung der Abfallströme in unserer Sirupfabrik gestartet. Als Teamleiter in der Fabrik in Ter Aar bin ich für eines der Produktionsteams verantwortlich. Wir stellen qualitativ hochwertige Produkte her und versuchen gleichzeitig, unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir gemeinsam mit unserem Abfallverwerter GP Groot unsere Abfallströme kartiert. Unser Team nutzte die gewonnenen Erkenntnisse, um verschiedene Maßnahmen in unseren Fabriken zu ergreifen. Dies führte zu weniger Abfall und mehr Recycling. So wird beispielsweise PET jetzt besser getrennt und recycelt, ebenso wie Kunststoffbänder, Folien und kleine Kartonteile. Durch eine genauere Messung unserer verschiedenen Abfallströme konnte GP Groot die Entwicklung von Recyclingtechniken für diese Ströme beschleunigen. Wir untersuchen kontinuierlich, ob wir unsere Ströme noch weiter optimieren können. Dieses Projekt war eine unternehmensweite Anstrengung, nicht nur von unseren Kolleginnen und Kollegen in der Produktion. Auch unsere Kolleginnen und Kollegen aus der Beschaffung haben sich an der Suche nach Lösungen beteiligt. Derzeit sprechen wir mit unseren Lieferanten, um herauszufinden, ob wir andere Verpackungen für unsere Zutaten verwenden können, sodass diese wiederverwendet werden können. Ich bin stolz darauf, dass sich alle Kolleginnen und Kollegen für dieses Projekt engagieren, und auf die großartigen Ergebnisse, die wir erzielt haben.“



Mohamed Boukachar
Teamleiter
Burg Siroop

„Bei GP Groot arbeiten wir an einer kreislauforientierten, energieneutralen und klimasicheren Zukunft. GP Groot bietet Dienstleistungen wie Abfallsammlung und Recycling. Die Burg Group ist einer unserer Kunden, für den wir an verschiedenen Produktionsstandorten in den Niederlanden Abfälle sammeln. Wir von GP Groot unterstützen Unternehmen bei der Abfalltrennung direkt an der Quelle. Auf diese Weise können die Abfälle leichter recycelt und zu neuen Produkten verarbeitet werden. Gemeinsam mit der Burg Group haben wir verschiedene Schritte unternommen, um hochwertige Abfallströme zu realisieren. Das ist besser für die Umwelt und spart Geld. Die Abfalltrennung zeigt, dass Nachhaltigkeit und Produktionsoptimierung Hand in Hand gehen können. Das Ziel der Burg Group, bis 2025 keinen Restabfall mehr zu produzieren, ist zwar ehrgeizig, aber dennoch realisierbar. Die Burg Group war einer unserer ersten Kunden, der sich ernsthaft um dieses Thema bemüht hat, und die Ergebnisse zeigen, dass sich diese Bemühungen auszahlen. Meiner Meinung nach ist Burg ein Vorbild für andere Unternehmen.“



Justin Vrasdonk
Key Account Manager
GP Groot

8 / 100 % CO₂-Neutralität

Wir wollen unseren direkten und indirekten CO₂-Fußabdruck (für Scope 1 und 2⁶) auf Null reduzieren und unsere indirekten Emissionen (Scope 3⁶) deutlich verringern.

Unsere Ziele sind:

- 100 % Strom aus erneuerbaren Energien im Jahr 2022
- 0 % Erdgas für die Beheizung unserer Gebäude im Jahr 2025
- 30 % Energieeinsparung im Jahr 2035 (im Vergleich zum Basisjahr 2016)
- CO₂-äq-neutrale Scope-1- und 2-Emissionen⁶ im Jahr 2035
- Erhebliche Reduzierung der Scope-3-Emissionen⁶ im Jahr 2035



„Seit Anfang 2020 bezieht und nutzt Burg Vinegar Belgium 100 % Strom aus erneuerbaren Quellen von ENGIE. In Belgien verfügt ENGIE über einen lokalen, diversifizierten und flexiblen Produktionspark mit einem der niedrigsten CO₂-Emissionswerte in Europa. Durch den Einsatz von Sonnenkollektoren, Wind- und Wasserturbinen sowie Biomasse wird erneuerbare Energie erzeugt. Der Strom, den Burg Vinegar Belgium bezieht, wird in der Nähe der Essigproduktionsstätte in Roosdaal erzeugt. Durch die Entscheidung für lokal erzeugten und zu 100 % erneuerbaren Strom spart die Burg Group im Vergleich zu grauer Energie rund 700.000 kg CO₂-Äquivalente pro Jahr. ENGIE hat das Ziel, seine Position als größter Ökostromerzeuger zu festigen, und investiert weiterhin in erneuerbare Energien. Der Schritt der Burg Group zeigt, dass ein Interesse an der Einsparung von CO₂-Emissionen durch den Einsatz von anders erzeugtem Strom vorhanden ist. Kunden wie die Burg Group beschleunigen die Nachfrage nach erneuerbaren Energien und tragen so zur nachhaltigen Energiewende bei.“

Unser Stromverbrauch

	Ziel	2020	2021	2022
% Strom aus erneuerbarer Energie im Vergleich zum Gesamtstromverbrauch	100 % im Jahr 2022	39 %	72 %	98 %
Reduzierung des Stromverbrauchs im Vergleich zum Basisjahr 2016 (pro produziertem Liter Produkt) ⁷	-30 % im Jahr 2035	-11 %	-10 %	-9 %

Seit April 2022 stammt der gesamte von uns bezogene Strom aus erneuerbaren Quellen – ein wichtiger Meilenstein, der dazu beiträgt, unsere CO₂-Emissionen erheblich zu reduzieren. Da wir die Umstellung nicht schon im Januar vorgenommen haben, wird unser gesamter Stromverbrauch im Jahr 2022 zu 98 Prozent aus erneuerbaren Energien stammen, anstatt der angestrebten 100 Prozent. Dennoch sind wir froh, dass wir trotz des schwierigen Strommarktes die Umstellung an allen unseren Standorten durchführen konnten und den Bedarf in unseren künftigen Stromverträgen verankert haben.

⁶ CO₂-Berechnungen berücksichtigen in der Regel 3 Scopes. Scope 1 sind die direkten Emissionen des Unternehmens, Scope 2 die indirekten Emissionen aus der Erzeugung der eingekauften Energie. Scope-3-Emissionen sind alle indirekten Emissionen, die in der Wertschöpfungskette des Unternehmens entstehen, z. B. bei Lieferanten und Kunden.

⁷ Bitte beachtet, dass wir die Daten zur Stromreduzierung in den Jahren 2020 und 2021 gegenüber dem letztjährigen Bericht korrigieren mussten, da sich die Berechnungsmethode für die von uns produzierten Liter geändert hat.

Wir haben auch an der Reduzierung des Stromverbrauchs gearbeitet, allerdings mit weniger Erfolg als in den Vorjahren. Die Nachfrage nach Reinigungssiegeln war geringer als erwartet, was zu einem geringeren Produktionsvolumen führte, während unsere Fabrik voll in Betrieb blieb (und Strom verbrauchte). Wir haben auch neue Geräte installiert, die getestet werden mussten, obwohl sie noch keinen Ertrag erbrachten. Alles in allem haben wir jedoch unseren Stromverbrauch seit dem Basisjahr 2016 gesenkt. Wir erwarten, dass unser Stromverbrauch im kommenden Jahr weiter sinken wird, da wir in energieeffiziente Innovationen in unserem Produktionsprozess investiert haben. Ein weiterer Grund, der einen Rückgang erwarten lässt, ist die Tatsache, dass wir beschlossen haben, die Produktion von Vorformlingen für unsere PET-Flaschen in unserer Fabrik in Heerhugowaard einzustellen.

Unser Erdgasverbrauch

	Ziel	2020	2021	2022
% der Standorte, die mit Erdgas heizen	0 % im Jahr 2025	100 %	83 %	83 %
Erdgaseinsparung im Vergleich zum Basisjahr 2016 (pro produziertem Liter Produkt) ⁸	-30 % im Jahr 2035	-5 %	-8 %	-13 %

Wir verwenden Erdgas für zwei Zwecke: für die Beheizung unserer Gebäude und in einer Fabrik für den Produktionsprozess. Im vergangenen Jahr haben wir mit allen Werksleitern erörtert, welche Investitionen erforderlich sind, um von Gas- auf Stromheizung umzustellen. Wir hatten uns zunächst verpflichtet, den Gasverbrauch nur für die Beheizung unserer Büros zu reduzieren, aber wir haben beschlossen, dies auf alle unsere Gebäude auszudehnen, auch auf die Produktionsbereiche und Lagerhallen. Da wir in unserem Produktionsprozess Wärme erzeugen, prüfen wir, wie wir diese für die Beheizung unserer Büros und anderer Gebäude nutzen können. Bei einigen unserer Fabriken wollen wir dies mit geplanten Renovierungen kombinieren.

Wir haben eine Fabrik, in der Gas nicht nur zum Heizen, sondern auch für den Produktionsprozess verwendet wird. Da wir unsere Treibhausgasemissionen weiter reduzieren möchten, prüfen wir Alternativen zu unserem Gaskessel, wie z. B. einen E-Boiler oder eine Wärmepumpe. Im vergangenen Jahr haben wir uns mit mehreren Unternehmen getroffen, um diese Alternativen zu prüfen. Aufgrund der hohen Investitionskosten hierfür werden wir das kommende Jahr nutzen, um Erkenntnisse über die Möglichkeiten einer nachhaltigeren Lösung zu gewinnen. Gleichzeitig reduzieren wir auch den Gasverbrauch. Wir haben in eine bessere Isolierung unserer Rohre und in andere Maßnahmen investiert. Dies führte zu einem Rückgang von 13 Prozent im Vergleich zu 2016 (produzierte Liter).

Unsere CO₂-Emissionen

	Ziel	2020	2021	2022
CO ₂ -Emissionen Scope 1 und 2 (Tonne)	CO ₂ -Neutralität im Jahr 2035	Keine Informationen verfügbar	2691	1594
CO ₂ -Emissionen Scope 3* (Tonne)	Erhebliche Reduzierung bis 2035	Keine Informationen verfügbar	1851	1972

* Beinhaltet den (ausgelagerten) Transport zwischen unseren Fabriken, Pendeln, Geschäftsreisen, Papier.

Im Jahr 2022 haben wir mit der Climate Neutral Group zusammengearbeitet, um unseren Kohlenstoff-Fußabdruck für das Jahr 2021 zu berechnen. Unser Ziel ist es, unsere Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren und die verbleibenden Emissionen bis 2035 zu kompensieren. Vier Aktivitäten tragen am meisten zu unseren Emissionen bei: Transport (zwischen unseren Fabriken und durch unsere eigenen Lastwagen), Strom, Gas und Pendeln. Wir haben uns seit 2019 schrittweise von fossilem Strom verabschiedet, was zu einer erheblichen Reduzierung unserer Emissionen geführt hat. Im Jahr 2023 werden wir eine umfassende Bestandsaufnahme unserer Scope-3-Emissionen vornehmen, um die Hauptverursacher zu ermitteln und ein spezifischeres Reduktionsziel festzulegen.

⁸ Bitte beachtet, dass wir die Daten zur Gasreduzierung in den Jahren 2020 und 2021 gegenüber dem letztjährigen Bericht korrigieren mussten, da sich die Berechnungsmethode für die von uns produzierten Liter geändert hat.

9 / 100% verantwortungsvolle Produkte

Unser Ziel ist es, dass unsere Produkte sicher verwendet werden können und keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt haben. Wir arbeiten mit unseren Lieferanten zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Zutaten auf verantwortungsvolle Weise produziert werden.

Unsere Ziele sind:

- 100 % unserer Lieferanten erkennen unseren Verhaltenskodex für Lieferanten im Jahr 2022 an
- 100 % unserer Lieferanten wurden 2022 in unser Risikoanalysetool aufgenommen
- 100 % unserer Produkte erfüllen unsere Kriterien für nachhaltige Produkte im Jahr 2035



„Die Nierstichting ist eine Stiftung, die sich für gesunde Nieren einsetzt. Natürlicher Essig ist eine perfekte Möglichkeit, Gerichte zu würzen, ohne Salz zu verwenden. Im Jahr 2022 organisierten wir u. a. zusammen mit der Burg Group das Projekt „Restaurant Driedaagse“, um die Menschen für ihren Salzkonsum zu sensibilisieren. Über 100 Restaurants haben daran teilgenommen. Die Köche haben ein Toolkit mit zwei Flaschen des Tromp & Rueb-Essigs der Burg Group zur Verwendung in ihren Gerichten erhalten. Eine schöne Art zu zeigen, wie Essig als Geschmacksverstärker für Essen dienen kann, ohne Salz zu verwenden. Die Burg Group hielt auch einen Gastvortrag für Köche in der Ausbildung, um sie über die Nützlichkeit und die positiven Aspekte von Essig aufzuklären. Außerdem befindet sich seit 2020 das Logo der Nierenstiftung auf den Flaschen des Tromp & Rueb-Essigs. Damit sind wir sehr zufrieden. Dies zeigt, wie wir zusammenarbeiten, um gesunde Entscheidungen zu fördern. Wir kleben unser Logo nicht einfach auf alles. Es muss auch sinnvoll sein. Und das ist es!“

Isabelle van Waesberge
Relationships Manager Nierstichting



Unsere Lieferanten

	Ziel	2020	2021	2022
Lieferanten, die unseren Verhaltenskodex für Lieferanten anerkennen (in Prozent der Gesamtanzahl der Lieferanten)	100 % im Jahr 2022	Keine Informationen verfügbar	95 %	94 %
Lieferanten, die in unser Risikoanalysetool aufgenommen wurden (in Prozent der Gesamtanzahl der Lieferanten, ohne Burg Siroop)	100 % im Jahr 2022	Keine Informationen verfügbar	100 %	100 %

Im Jahr 2020 haben wir unseren Verhaltenskodex für Lieferanten überarbeitet, in dem wir uns ausdrücklich auf die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen) beziehen. Im Jahr 2021 haben wir alle unsere Lieferanten aufgefordert, diesen Verhaltenskodex anzuerkennen. Seitdem ist er fester Bestandteil unseres Lieferantenvertrags. Unser interner Verhaltenskodex und der Verhaltenskodex für Lieferanten sind auf unserer Website zu finden. Wir sind uns bewusst, dass es immer einige wenige Lieferanten gibt, die den Verhaltenskodex zum Zeitpunkt unserer Erhebung noch nicht unterzeichnet haben, da sie neu sind und noch keine Gelegenheit hatten, die Dokumente zurückzusenden.

Im Jahr 2022 haben wir zum ersten Mal das Thema Nachhaltigkeit in den Prozess der Risikoprüfung von Lieferanten aufgenommen. Dabei haben wir Umwelt- und Sozialrisiken anhand verschiedener Indikatoren in unserem Risikoanalysetool erfasst. Dazu gehören beispielsweise Informationen über die Art des Lieferanten, den Standort des Lieferanten, vorhandene Zertifizierungen sowie unsere bisherige Geschäftsbeziehung. Mit einer multidisziplinären Gruppe von Kolleginnen und Kollegen aus den Bereichen Qualitätssicherung, Einkauf und Nachhaltigkeit haben wir Hochrisiko-Lieferanten validiert und erörtert, welche Maßnahmen erforderlich sind. Zu den Maßnahmen gehören ein Verbesserungsprozess, um bestimmte Zertifizierungen zu erhalten, und Änderungen in unserem Beschaffungsprozess. Außerdem haben wir eine Studentin eingestellt, um das Risikoanalysetool und den Überprüfungsprozess weiter zu verbessern. Im Jahr 2023 werden wir Lieferanten aus Burg Siroop in das Tool aufnehmen und die Benutzerfreundlichkeit und Effizienz des Prozesses verbessern.

Unsere Produktformulierungen

	Ziel	2020	2021	2022
% der Produkte, die unsere Kriterien für nachhaltige Produkte erfüllen	100 % im Jahr 2035	Wird ab dem Jahr 2024 gemessen		

Im Jahr 2021 haben wir einen Rahmen für nachhaltige Produktkriterien entwickelt. Diese Kriterien konzentrieren sich auf die Art der Rohstoffe, die Wirksamkeit unserer Endprodukte, den Nährwert sowie die Verlängerung der Haltbarkeitsdauer. Ein Beispiel für unsere Ambitionen ist die Verwendung von natürlichem Branntweinessig in allen unseren Produkten anstelle des synthetischen Essigs, der heute manchmal in unseren Reinigungsprodukten verwendet wird. Im Jahr 2022 waren etwa 97 % des gesamten erzeugten Essigs natürlicher Branntweinessig. Im vergangenen Jahr wurde in der Burg Group ein aktualisiertes Verfahren für neue Produkte eingeführt. Wir wollen unsere Kriterien für nachhaltige Produkte in diesen Prozess einbeziehen und haben dies bereits auf hohem Niveau getan. Allerdings konnten wir noch keine quantitativen Ziele festlegen. Wir planen, diese im Jahr 2023 aufzunehmen und 2024 mit der Messung zu beginnen.

Um einen besseren Einblick in die Umweltleistung unserer Produkte zu erhalten, haben wir in Abhängigkeit von den verwendeten Zutaten Ökobilanzen für unseren Sirup (im Jahr 2021) und unseren Essig (im Jahr 2022) in Auftrag gegeben. So konnten wir feststellen, welche Inhaltsstoffe in hohem Maße zu negativen Umweltauswirkungen beitragen und wo in der Lieferkette diese Auswirkungen auftreten. Außerdem haben wir dadurch einen besseren Einblick in unsere Scope-3-Emissionen im Vergleich zu den Emissionen unseres eigenen Unternehmens erhalten.

10 / 100% verantwortungsvolle Verpackungen

Unser Ziel ist es, dass alle unsere Verpackungen zu 100 % erneuerbar und vollständig kreislauffähig sind.

Unsere Ziele sind:

- Verbesserung der Wiederverwertbarkeit unserer Verpackungen
- Erhöhung des Anteils an recyceltem Material
- Förderung von Verpackungen mit den geringsten (Umwelt-)Auswirkungen
- Gewichtsreduzierung unserer Primärverpackungen
- Verbesserte Kommunikation auf unserer Primärverpackung

Unsere Verpackungsziele sind sehr ehrgeizig, denn wir wissen, dass Verpackungsabfälle ein wachsendes Umweltproblem darstellen und viele Verbraucher darüber besorgt sind. Leider haben wir weniger Fortschritte gemacht als erhofft, was vor allem auf die schwierigen Marktbedingungen im vergangenen Jahr zurückzuführen ist. Viele unserer Lieferanten haben ihre Preise erhöht, und wir mussten infolgedessen mit unseren Kunden höhere Preise aushandeln. Unter diesen Umständen war es sehr schwierig, die Preise durch die Umstellung auf teurere, aber nachhaltigere Verpackungen noch weiter zu erhöhen.

Anne-Laure Soriano
Packaging Development
& Purchase Coordinator
Burg Vinaigres France



„Als Koordinatorin für Verpackungsentwicklung und Einkauf habe ich verschiedene Aufgaben. Eine davon betrifft die Forschung und Entwicklung von Verpackungen für unsere Essige, wobei wir nach einer nachhaltigen Verpackungslösung für unsere Kunden suchen, die gleichzeitig den Vorschriften entspricht. Seit September 2022 tragen alle unsere Produkte für den französischen Markt das Triman-Logo und das Entsorgungslogo auf der Verpackung, um den Verbrauchern zu helfen, die leeren Verpackungen in der richtigen Mülltonne zu entsorgen. Um diese Änderungen zu realisieren, haben wir mit unseren Kolleginnen und Kollegen aus Qualität und Vertrieb, unseren Kunden und dem Verpackungsdesigner zusammengearbeitet. Diese Logos weisen darauf hin, dass die Verpackungen wiederverwertbar sind und in den richtigen Behälter für Glas oder Kunststoff geworfen werden sollten. In Frankreich ist die Anbringung dieser Logos auf dem Produkt nun obligatorisch, was bedeutet, dass wir die Verpackungen aller unserer Eigen- und Handelsmarken ändern mussten. Die Verwendung einfacher, gut sichtbarer und einheitlicher Etiketten in ganz Frankreich erleichtert es den Kunden, ihre Verpackungen korrekt zu entsorgen. Auf diese Weise können neue Produkte aus Abfällen hergestellt werden, was gut für den Planeten ist. Zukünftige Vorschriften zielen darauf ab, den Anteil an recyceltem Material in unseren Verpackungen zu erhöhen. Ab 2025 muss die Industrie recycelte Inhalte in PET-Verpackungen verwenden und an der Reduzierung des Verpackungsgewichts arbeiten. Wir können diese Vorschrift durch Innovation sowie durch Kommunikation und Abstimmung mit unseren Kunden einhalten. Bei unseren eigenen Marken sind wir bereits Vorreiter, wenn es um recycelte Inhalte geht!“

Unsere Verpackungen – Wiederverwertbarkeit

	Ziel	2020	2021	2022
Wiederverwertbare Verpackungen (gemessen in % der insgesamt produzierten Produkte)	80 % im Jahr 2022	78 %	83 %	84 %
% Ungebleichtes Papier/ungebleichter Karton	75 % im Jahr 2024	44 %	Keine Informationen verfügbar	

Die Wiederverwertbarkeit unserer Verpackungen hat sich leicht verbessert, da einige unserer Verpackungsbestände nun aufgebraucht sind und wir auf neue Verpackungen umsteigen können, die leichter zu recyceln sind. Nach 2020 haben wir die Menge an ungebleichtem Karton nicht mehr gemessen. Allerdings haben wir mit unserem Kartonlieferanten für 2023 ein Projekt zur Verbesserung der Wiederverwertbarkeit geplant.

Unsere Verpackungen – recyceltes Material

	Ziel	2020	2021	2022
% Recyceltes PET für Primärverpackungen unserer Eigenmarken (gemessen in Gewicht)	50 % im Jahr 2022	18 %	23 %	34 %
% Recyceltes PET für Primärverpackungen von Eigenmarken (gemessen in Gewicht)	25 % im Jahr 2022	11 %	15 %	21 %
% Recyceltes PE für Primärverpackungen (gemessen in Gewicht)	50 % im Jahr 2023	0 %	0 %	2 %
% Recycelter Kunststoff für Sekundär- und Tertiärverpackungen (gemessen in Gewicht)	75 % im Jahr 2024	2 %	14 %	21 %
% Recyceltes Glas für Primärverpackungen	100 % im Jahr 2024	63 %	63 %	63 %
% Recyceltes Metall für Primärverpackungen	100 % im Jahr 2024	67 %	66 %	55 %
% Recyceltes Papier/recycelter Karton	75 % im Jahr 2024	58 %	57 %	60 %

Im vergangenen Jahr konnten wir sowohl für unsere Eigenmarken als auch für unsere Handelsmarkenprodukte auf PET-Flaschen aus recyceltem Kunststoff umsteigen. Obwohl wir unsere Ziele für recyceltes PET (rPET) nicht erreicht haben, haben wir einige große Fortschritte gemacht. Wir haben auch analysiert, welche Produkte den größten Einfluss auf unsere PET-Zahlen haben, sodass wir uns im kommenden Jahr auf diese Produkte konzentrieren können (z. B. Dosen für unseren Reinigungssessig).

Im Jahr 2022 haben wir uns nicht auf unsere Glas- und Metallverpackungen konzentriert, da ihr Volumen im Vergleich zu PET gering ist. Diese Lieferanten sind ebenfalls stark energieabhängig und wurden daher von dem Anstieg der Energiepreise besonders hart getroffen.

Unsere Verpackungen – Kommunikation

	Ziel	2020	2021	2022
% Verpackungen, die Hinweise zur Entsorgung enthalten	100 % im Jahr 2022	30 %	33 %	38 %

Wir haben an der Einführung von Entsorgungslogos auf unseren Verpackungen gearbeitet. Auf diese Weise wollen wir die Verbraucher ermutigen, leere Verpackungen im richtigen Abfallbehälter zu entsorgen. Wir sind nicht Eigentümer des Etikettendesigns der Handelsmarkenprodukte, weshalb wir uns auf unsere eigenen Marken konzentriert haben. Von unseren Eigenmarkenprodukten enthalten inzwischen 53 Prozent ein Logo. Ohne unsere Produkte aus der Tschechischen Republik, wo unsere Kolleginnen und Kollegen mehrere Gespräche mit den Behörden über die Anbringung eines Entsorgungslogos geführt haben, von der ihnen aber abgeraten wurde, liegt dieser Wert bei 69 Prozent. Wir werden daher die europäische oder nationale Gesetzgebung abwarten, um spezifischere Leitlinien als nur das Papierkorb-Logo, das wir derzeit verwenden, aufzunehmen. Bei unserer Strategieüberprüfung für das kommende Jahr werden wir prüfen, was für unsere Verpackungsstrategie sowohl ehrgeizig als auch machbar ist.

11 / Unsere Partner

Wir kümmern uns um unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unsere Stakeholder. Das bedeutet auch, dass wir ein engagiertes Unternehmen und ein angenehmer Nachbar sein wollen, der zu unserer Branche, der Umwelt und allgemein zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen beiträgt. Unsere diesbezüglichen Maßnahmen müssen mit unserem Leitbild übereinstimmen: „Die Welt wird gesünder, schmackhafter und sauberer mit unserem natürlichen Essig und Sirup. Wir streben ein sauberes Erbe an.“ Zu diesem Zweck haben wir mehrere Partnerschaften aufgebaut.



Female Cancer Foundation

Burg ist stolzer Partner der Female Cancer Foundation. Die in den Niederlanden gegründete Female Cancer Foundation setzt sich seit Februar 2006 dafür ein, dass Frauen auf der ganzen Welt Gebärmutterhalskrebs in einem frühen Stadium erkennen. Die Female Cancer Foundation ist in Entwicklungsländern tätig, in denen die überwiegende Mehrheit der Opfer von Gebärmutterhalskrebs lebt. In diesen Ländern ist diese Form von Krebs die Haupttodesursache bei Frauen. Die Stiftung setzt sich für eine Welt ohne Gebärmutterhalskrebs ein, indem sie Vorsorgeuntersuchungen, Forschung und Aufklärung betreibt. Ein Team von Ärzten und Gesundheitsexperten sensibilisiert Frauen für die Risiken von Gebärmutterhalskrebs und informiert sie über die Präventionsmöglichkeiten. Für das Screening wird die VIA-Methode verwendet (unter Verwendung von Essig).



Nierstichting Nederland

Mit unserer eigenen Marke Tromp & Rueb sind wir Partner der niederländischen Nierenstiftung, weil wir eine gemeinsame Botschaft haben: weniger Salz, mehr Geschmack. Durch diese Zusammenarbeit hoffen wir, die Verwendung von Essig und die Zubereitung gesunder

Mahlzeiten zu fördern. Vielen Menschen ist nicht bewusst, dass die Zugabe von Essig zu Gerichten den Geschmack der Zutaten hervorhebt und sie daher weniger Salz benötigen.

Princess Máxima Center

Im Jahr 2022 wurden wir ein Business Friend der Stiftung, die Geld für das Máxima Center für pädiatrische Onkologie sammelt. Leider haben wir Kolleginnen und Kollegen, deren Kind mit Krebs kämpft oder auch nach der Genesung noch zu den jährlichen Kontrolluntersuchungen ins Zentrum kommen muss. Da uns unsere Kolleginnen und Kollegen sehr am Herzen liegen, haben wir beschlossen, die Arbeit des Princess Máxima Center finanziell zu unterstützen. Unser Name ist nun in der Eingangshalle für alle Besucher sichtbar.



Guter Nachbar

Wir unterstützen die Sportvereine finanziell, in denen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv sind. Außerdem unterstützen wir mehrere Wohltätigkeitsorganisationen, entweder finanziell oder mit unserer Zeit und unserem Wissen, wie z. B. Praethuys Alkmaar, Stichting Familiehuis Noordwest und Rescue Dogs - Service Dogs. Außerdem spenden wir Essig und Sirup wo immer möglich an örtliche Lebensmitteltafeln.

Engagierter Unternehmer

Wir wollen ein führender nachhaltiger Akteur auf den Märkten sein, in denen wir tätig sind. Dazu gehört unserer Meinung nach auch die aktive Mitarbeit in verschiedenen (Branchen-)Verbänden. Gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen aus der Branche setzen wir uns für hochwertige und nachhaltige Innovationen ein. Wir sind Mitglied von Culinaria NL, Culinaria DE, France (Fedalim) und Culinaria Europe, Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI), Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters en Sappen (FWS), NVZ-Schoon-Hygiënisch-Duurzaam, dem belgischen Verband der Lebensmittelhersteller, Fevia und Tuinbranche Nederland. Darüber hinaus ist unser CEO Vorsitzende der Unternehmensgruppe Bedrijfskring Heerhugowaard.

12/ Risikomanagement und Reporting

Risikomanagement

Das Risikomanagement ist ein kontinuierlicher Prozess innerhalb unseres Unternehmens. Im Jahr 2020 haben wir mit der Einführung einer risikobewussten Unternehmenskultur begonnen. Ziel ist es, das Risikomanagement in alle Geschäftsabläufe zu integrieren. Auf Konzernebene wurden Kapazitäten zur Verfügung gestellt, um die Produktionsprozesse zu standardisieren und strukturiert zu verbessern. Die erhöhte Effizienz und Effektivität müssen zur Erreichung aller Ziele beitragen:

- Geschäftsrisiken und -chancen im Zusammenhang mit der strategischen Entwicklung der Burg Group wurden im Rahmen einer SWOT-Analyse ermittelt und werden in Projekt- und Investitionsplänen auf der Grundlage des Kosten-Nutzen-Verhältnisses und der Übereinstimmung mit unserer Strategie priorisiert. Dazu gehören Geschäftsrisiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel und anderen Fragen der Nachhaltigkeit.
- Geschäftsrisiken in Bezug auf Notfälle, wirtschaftliche/gesellschaftliche Entwicklungen und Geschäftskontinuität werden derzeit hauptsächlich auf Wunsch der Versicherer gehandhabt.
- Die IFS-zertifizierten HACCP-basierten Lebensmittelsicherheitsysteme sind ausgereift, und die Lebensmittelsicherheit ist auf einem hohen Niveau.
- Im Bereich der Arbeitsbedingungen, der Sicherheit und der Prozesssicherheit verfügen alle Fabriken über ein aktuelles Risikomanagement mittels Risikoinventarisierung und -bewertung (RI&E), das aktiv gesteuert wird.
- Im Jahr 2022 haben wir die ISO-14001-Zertifizierung für Umweltmanagement und -kontrolle und die ISO-45001-Zertifizierung für Gesundheit und Sicherheit erhalten. Zudem haben wir die A.I.S.E.-Zertifizierung für nachhaltige Reinigungsprodukte erhalten.

Umfang der Berichterstattung

Die Burg Groep B.V. ist ein privates Familienunternehmen mit Hauptsitz in Heerhugowaard. Dieser Bericht betrifft den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022. Er wird jährlich veröffentlicht. Alle Standorte der Burg Group sind enthalten, nämlich Burg Groep B.V., Burg Azijn B.V. (NL), Burg Essig GmbH (DE), Burg Ocet s.r.o. (CZ), Burg Siroop B.V. (NL), Burg Vinaigres SAS (FR) und Burg Vinegar Belgium NV/SA (BE). Burg Reiniging B.V. (NL) ist ebenfalls darin enthalten, aber wir haben die Produktion dort Ende 2020 eingestellt, und Anfang 2022 wurden die letzten Anlagegüter verkauft. Dieser Bericht wurde von der Nachhaltigkeitsbeauftragten von Burg verfasst und vom Managementteam, allen Werksleitern, QHSE-Managern und anderen relevanten internen Stakeholdern geprüft. Er wurde vom Managementteam und vom Aufsichtsrat genehmigt.

Definitionen

Das „produzierter Liter“-Produkt ist definiert als eine Kombination aus der Fermenterleistung von 10 % saurer Säure, 10 % synthetischer Säure und Litern produzierter Sirupe und nicht essigbasierter Reinigungsprodukte (Burg Reiniging B.V.).

Dieser Bericht über Corporate Social Responsibility (CSR) wurde von der Burg Group am 17. April 2023 veröffentlicht.

Kontakt

Andrea Bolhuis
Nachhaltigkeitsbeauftragte
info@burggroup.eu

Haftungsausschluss

Aufgrund der manuellen Datenerfassung für einige Indikatoren kann die vollständige Genauigkeit aller Daten nicht garantiert werden. Für die Ergebnisse in den Bereichen Energie, Wasser und Abfall stützen wir uns auf von Dritten bereitgestellte Daten.



Burg Group
Marconistraat 26
1704 RG Heerhugowaard